August 2003

Agri-Food - Brief - Venezuela

Document of Foreign Affairs and International Trade

Report prepared by the Commercial Section
The Canadian Embassy
Ave. Francisco de Miranda con Ave. Sur, Altamira
Caracas, Venezuela
Fax 58 (212) 263-5349
E-mail: http://www.caracas.gc.ca
http://www.infoexport.gc.ca

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

Quick Facts

Market Highlights
Venezuela imports much of its food products, both bulk commodities and processed products. Total food market value at retail prices is around US$ 3.7 billion annually.

In early 2003 the Venezuelan Government established retail price and exchange controls which are causing a significant reduction in certain food imports.

Canada traditionally has a large share of the Venezuelan commodities market (wheat, pulses and potatoes), but a limited share of the processed food market where opportunities abound for high-value food products.

Opportunities
In Venezuela there are real market opportunities for all kinds of processed and non-processed agri-food goods.

During the current deep economic recession, the Government has introduced a more flexible policy eliminating some import restrictions and gradually lowering duties in all agri-food categories.

Key Players
Domestic private importers and Government trading agencies are competing to improve their market share of basic food product supply via seasonal, government-run markets and wholesalers.

Customers
The food retail store network (ANSA) in Venezuela follows the classic pattern of most developed markets which depends on direct and indirect suppliers of imported

foods. Currently the Government is conducting large direct imports of basic foods via official agencies which distribute products through seasonal, government-run markets.

Export Checklist
Canadian companies can participate in this important market by contacting key agrifood and supermarket associations for information and business opportunities.

A reliable local agent/partner will greatly facilitate your entry into this market, promoting and taking care of your interests.

Market Summary

- Venezuela is expected to confront a shortage of agrifood products throughout most of 2003-2004 due to policies such as the exchange control regime, selected retail price controls, and the discretionary issuance of the import permits. The current economic recession strongly undermined domestic ability to produce and supply the country with local and imported agrifood goods (fresh and processed). This has contributed to many changes in Venezuelan food consumption patterns.

- Venezuela depends on imports of all kinds of food, both bulk commodities and processed products. According to recent statistics provided by the Ministry of Production and Trade (MPC), imported raw materials which include ingredients, packaging, as well as finished products supply close to 75% of Venezuela's daily food needs. Canadian food suppliers traditionally have a large share of the Venezuelan commodities market (wheat, pulses and fresh produce), but a limited share of the processed food market.

- Currently Venezuela's agrifood sector faces diverse problems: unclear trade policies, exchange risk and price control uncertainty, the lack of legal proction of property rights, the politicization of economic policies and the oligopolistic agro-industrial system.

- The agrifood industry and the market network are affected by a reduction of consumer purchasing power on a nationwide basis. The present administration is more involved in political and administrative issues (fiscal & import controls) than in activities to develop a strong and dynamic private economic sector, including the agro-industry.

- Food market analysts are predicting an important contraction of imports and food consumption at all levels on a nationwide basis. Shortages will raise inflation and generate an underground market for certain goods. New official trade/import players are appearing in the market accompanied by new import procedures, which will limit the influence of traditional players.

- Venezuela traditionally has been a significant market for Canadian agrifood products and during 2001 was ranked as the second largest per capita importer of Canadian agri-food products in Latin America (Cdn$ 9.70 per capita).

- Venezuelan sanitary authorities have not been issuing import permits for the following Canadian products: potatoes (table stock), onions, pork meat products and by-products.

- Under the current administration, the Ministry of Production and Trade (MPC) as well as the Ministry of Agriculture and Lands (MAT) have been trying to develop and improve domestic production of certain "flag" sectors such as: cereals (corn & rice), oil seeds (African palm), tubers (yucca/cassava) and pulses (quinchoncho). Local farmers and cattle growers have suffered from variable climatic conditions (drought and/or floods), limited technical assistance, lack of financial resources, and insecurity in rural areas near the Colombian border due to the permanent risk of land invasions and kidnapping. The Agri-food industry as well as the market network have been affected by a decrease of consumer purchasing power

on a nationwide basis.

Canadian AgriFood Exports to Venezuela
(Cdn$ million)

Product	1999	2000	2001	2002
Durum Wheat	67.5	79.5	97	81.2
Wheat (nes)	92.7	97.8	111.5	96
Potatoes	14.6	15.9	9.7	2.5
Pulses	15.8	15.5	18.4	14.4
Other	18.8	14.7	17	15.7
Total	209.4	223.4	253.6	209.8
% Variation	4.6	6.7	13.6	-17.3

Source: AAFC

Venezuelan Agricultural Machinery, Equipment & Parts Sales (Dec 2001)

Cdn$ (million)

Machinery & Equipment	256
Spare Parts	142
TOTAL	398

Source: Cavedrepa

Venezuelan Market Facts (June 2001)

Total Population	24.2 million
Total households	4.6 millions
Total Retail Food Outlets	40.177
Households per Outlet	115

Source: OCEI

Socio-Economic Structure by Purchasing Power

Income Level	Percentage	Purchasing Power
High	3.5%	40.0%
Medium	4.8%	24.0%
Low	6.8%	16.0%
Poor	40.8%	12.0%
Very Poor	44.1%	8.0%
TOTAL	100.0%	100.0%

Source: CECA

Total Retail Food Outlets & Sales Power

Description	Number of Outlets	Sales Power
Hypermarkets & Supermarket Chains	225	37.0%
Independent Supermarkets	1.025	50.0%
Medium Groceries Stores	7.007	8.0%
Small Grocery Stores	31.920	5.0%
TOTAL	40.177	100.0%
Large Food wholesalers	85	

Source: Datos C.A.

Number of Retail Outlets by Category

Category	Total Number
Hypermarkets and Cash & Carry	25
Supermarket Chains	200
Independent Supermarkets	1.025
Cosmetic Stores	1.334
Pharmacies	4.856
Grocery Stores	38.927
Bakeries	4.892
Kiosks	9.430
Liquor Stores	7.787
TOTAL	68.476

Source: Datos C.A.

Food Sales by Outlet Category

Outlet Category	Sales in U.S $ Million	Percentage of Sales
Hypermarkets and Cash & Carry	444	12.0%
Supermarket Chains	740	20.0%
Independent Supermarkets	1.073	29.0%
Grocery Stores	1.036	28.0%
Bakeries	333	9.0%
Others	74	2.0%
TOTAL	3.700	100.0%

Source: Datos C.A.

Opportunities

- Due to the challenges facing the domestic agrifood sector and the lack of production coming from the local food industry, opportunities lie in commodity food goods for the entire population, especially those consumers with low purchasing power (92% of the population) and in certain key processed products for the remaining medium and high purchasing power consumers, who demand high value food products to satisfy their sophisticated tastes. Consumers are aware that the price and quality of local products in some cases are not competitive with imported ones. However, importers must consider that under these circumstances the Venezuelan

food market has become very sensitive to tradeoffs between price and quality.

- Presently, there are real but limited market opportunities especially for basic food products, as well as for all kinds of processed and non-processed agrifood goods, since the Government has implemented a more flexible policy removing some import restrictions and gradually lowering duties in most agrifood categories in order to facilitate the import of food goods to satisfy the high demand of the low income population.

- The following list shows some product categories for which there is good potential:

    1. Dairy products (cheese, butter, processed and powdered milk, etc.)
    2. Refrigerated, frozen and canned meat products (beef, chicken, poultry, ham, sausages, pates, etc.)
    3. Canned, frozen and salted fish products (sardines, tuna, cod, sea food, etc.)
    4. Confectionery (sweet and salty) (chocolates, candies, corn and wheat snacks, crackers, cookies, biscuits, nuts, etc.)
    5. Fresh, frozen and canned vegetables (potatoes, all beans, carrots, salads, mushrooms, sweet corn, etc.)
    6. Cereals, pulses and dry beans/seeds
    7. Canned and bottled beverages (soft and energy drinks, juices, mineral water)
    8. Other foodstuffs (honey, spices, pickles, spreads, syrups, sauces, soups, etc.)
    9. Animal feed and pet foods.
    10. Food and agricultural equipment and machinery.

- The attractive quality of Canadian high-value foods presents an image of prestige to Venezuelan consumers. Moreover, the heavy European/American influence on Canadian taste may be a major advantage in marketing high-value food products in Venezuela. Companies interested in this market must concentrate on their top-of-the-line products, as their products will be expensive food imports competing with the best of available local and overseas products.

- Business opportunities for imported agrifood products (commodities and processed) will come from experienced and well-financed private companies with flexible and qualified marketing structures, as well as from new government agencies with expanded trading responsibilities in the domestic food sector. Both must adjust competitively to new market conditions in which retail price will be a decisive factor for success.
- Local importers/distributors must develop skills to maintain official connections at key levels in order to have access to foreign currency and import permits/ licenses.

- High purchasing power local consumers with sophisticated tastes (8% of the total population) potentially will continue to demand certain restricted deli-food products and high value/quality food goods which may enter the market through unofficial channels.

- An increase of agrifood imports coming from neighbouring countries (Colombia is Venezuela's second largest trading partner) will be facilitated by existing regional trade agreements like the Andean Community (CAN) and the Latin-American Integration Association (ALADI).

- The Ministry of Agriculture and Lands (MAT), the Ministry of Production and Trade (MPC) as well as the Ministry of Science and Technology (MCT) and the National Institute of Agricultural Research (INIA) are in the process of requesting projects for agricultural innovation to improve and develop production of bovine, cereals, cocoa, fish and aquaculture, vegetables, poultry, fruits, legumes, yucca, coffee, swine, oil palm, potato, sugar cane and soy. These projects offer opportunities to sell farm machinery, equipment, irrigation systems, and forestry equipment, although in some

cases financing may be limited.

- Most local importers of food goods choose traditional suppliers from the American east coast, because they tend to be faster, more reliable and they can supply small amounts and qualities of various goods for a single container.

- In 2001 Canadian agrifood exports to Venezuela represented 35% of total Canadian exports to the country and 9.2% of total Venezuelan food imports. Venezuela's major agrifood partners are the United States, Colombia, the European Community and Canada.

Key Players

- The food retail structure in Venezuela is divided into such categories as: grocery-bakeries, small grocery stores, medium grocery stores, independent supermarkets, chains of supermarkets and hypermarkets, wholesalers and importers-distributors. Grocery stores normally occupy 50 square metres and supermarkets around 1000 square metres. Government agencies supply basic food products via seasonal, government-run markets and wholesalers using official and military resources.

- Key importers of high-value food products in Venezuela depend on Florida (Miami) based food brokers/traders who supply them with a large quantity of imported premium goods.

- Domestic food importers-distributors have business operations and links to such countries as: the United States, Canada, Colombia, Italy, Spain, Portugal, Britain, Denmark, Holland, Chile, etc., due to the strong influence of European and American culinary habits among high income sectors of Venezuelan society.

- The Venezuelan market offers good potential for Canadian exporters of high-value food products. Canadian exporters as well as food brokers can target deli-market, hotel and restaurant industries to capitalize on these opportunities.

Export Check List

Although Venezuelan agrifood companies are eager to do business with Canada, perceptions of doing business in Venezuela are still somewhat cautious based on the recent economic recession and political events. Some challenges which could limit the entry of Canadian processed agrifood products in the Venezuelan market:

1. Currency exchange control regime
2. Retail price controls on selected products
3. High inflation and weak local currency
4. Lack of payment/credit facilities
5. Deficiencies of import and distribution networks
6. Lack of Canadian food product stock with Miami brokers
7. Venezuelan lack of knowledge of Canadians products, brands, qualities, companies, distributors, brokers, etc.
8. Lack of direct transportation links between Canadian and Venezuelan ports by ship and/or by plane
9. Venezuela's complicated bureaucracy for imported product registration and import licence system.
10. Poor storage and distribution facilities for frozen products in non-urban areas.
11. Value Added Tax (VAT) of 16.5 percent affecting all kinds of goods and services. The tax is
levied on the production, distribution and consumption level, regardless of origin.
12. Local business profit margins that are sometimes excessive.

- A reliable local agent/partner will greatly facilitate your entry into this market, promoting and taking care of your interests. This individual can provide essential insight into Venezuelan business and official practices, market characteristics and strategies, as well as legal, financial and import procedures. The type of partner required by a Canadian company will vary on a case-by-case basis but in general, the sale of manufactured agrifood products requires the services of a reliable local agent, representative or partner, selected with similar criteria to those chosen in Canada.

- Some aspects of the Venezuelan market regulatory environment continue to present challenges for Canadian exporters, particularly import permits and customs laws, as tariffs and duties remain the primary instrument to regulate or limit imports. Meeting specific local import requirements is the responsibility of the local importer, who will normally process all necessary paper work through official agencies. Nevertheless, Canadian exporters should understand the process and regulations involved, in order to avoid costly delays related to non-compliance with these regulations.

- Canadian companies are encouraged to participate in this important market and to contact key agrifood associations for information and business opportunities. Canadian businessmen approaching the Venezuelan market should be prepared to develop a close business relationship with local contacts as the food market becomes more sophisticated and competitive. Personal contact and trust are important, developed through frequent visits to the country or hosting buyers to Canada. Knowledge of Spanish is an asset, but not essential as many Venezuelans are fluent in English. In terms of business literature, English is acceptable if the Spanish version is not available. Knowledge of French is limited.

- Canadian companies should be aware that since late January 2003 the Venezuelan government has implemented foreign exchange controls. These new measures severely restrict access to foreign currency. Some local companies are circumventing the exchange control by utilizing offshore funds. Due to this situation Canadian companies should verify availability of funds for payment from potential buyers. The Canadian Embassy has prepared an advisory on this issue available on our web site under Venezuela at: http://www.infoexport.gc.ca

Agrifood Contacts

CAMARA DE COMERCIO VENEZOLANO-CANADIENSE
(VENEZUELAN-CANADIAN CHAMBER COMMERCE)
AV. PRINCIPAL DEL BOSQUE, TORRE
CREDICARD,
PISO 15, OFC. 151, EL BOSQUE, CARACAS.
TEL.(58212) 954-1106
FAX.(58212) 954-0046
E-MAIL: daniellabalzan@cancham.com.ve
WEB: http://www.cancham.com.ve

CAMARA VENEZOLANA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS (FOOD INDUSTRY ASSOCIATION)
CENTRO EMPRESARIAL LOS RUICES, PISO 5,
OFICINA 510, AV. DIEGO CISNEROS, CARACAS.
TEL.(58212)239-9818
FAX.(58212)238-3268/234-2226
E-MAIL: camara_alimentos@cavidea.org
WEB: http://www.cavidea.org.ve

ASOCIACION NACIONAL DE SUPERMERCADOS Y AFINES
(NATIONAL SUPERMARKET ASSOCIATION)
AVE. DIEGO CISNEROS, EDF. CENTRO
EMPRESARIAL LOS RUICES, PISO 1, OFC. 116,

LOS RUICES, CARACAS.
TEL. (58212) 237-1092 / 235-7558
FAX. (58212) 238-0308
E-MAIL: ansa@uole.com.ve
WEB: http://www.ansa.com.ve

CAMARA VENEZOLANA DE EQUIPOS PESADOS Y AGRICOLAS
(AGRICULTURAL EQUIPMENT ASSOCIATION)
AV. EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4,
OFC. B-1, EL BOSQUE, CARACAS.
TEL.(58212) 731-2420
FAX.(58212) 731-2086
CEL.(58416) 633-8260
E-mail: cavedrepa@cantv.net
WEB: http://www.cavedrepa.com

ASOTRIGO
(WHEAT MILLING ASSOCIATION)
CALLE EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4, OFC. 4-A, EL BOSQUE, CARACAS
TEL. (58212) 731-0217
FAX. (58212) 731-0457
E-MAIL: asotrigo@hotmail.com

FEDERACION VENEZOLANA DE PORCICULTURA (FEPORCINA)
(VENEZUELAN SWINE BREEDERS ASSOCIATION)
AV. LA INDUSTRIA, CASA DE ITALIA, PISO 6,
OFC.15, SAN BERNARDINO,CARACAS.
TEL/FAX. (58212) 571-1965 / 571-4643;
E-Mail: feporcina@reacciun.ve

FEDERACION NACIONAL DE AVICULTURA DE VENEZUELA
(VENEZUELAN POULTRY ASSOCIATION)
AVE. INDEPENDENCIA Y COROMOTO, EDF. OMNI,
P.H. BELLO CAMPO, CARACAS.
TEL. (58212) 267-9975 / 267-9831 / 263-8861
FAX. (58212) 266-9101

ASOCIACION VENEZOLANA DE CRIADORES DE GANADO CEBU (ASOCEBU)
(VENEZUELAN ZEBU CATTLE ASSOCIATION)
EDF. CENTRO ANDRES BELLO, TORRE ESTE,
PISO 12, OFC. 123-124, AVE. ANDRES BELLO,
CARACAS.
TEL. (58212) 781-8550
FAX. (58212) 781-8475
E-MAIL: asocebu@telcel.net.ve

FEDERACION NACIONAL DE GANADEROS
(NATIONAL CATTLE FARMERS FEDERATION)
AVE. URDANETA, CENTRO FINANCIERO LATINO,
PISO 18, OFC. 18-2, LA CANDELARIA, CARACAS.
TEL. (58212) 563-2153; 563-2453
FAX. (58212) 564-7273

ASOCIACION DE INDUSTRIALES DE LA CARNE
(MEAT PROCESSORS ASSOCIATION)
AVE. FRANCISCO DE MIRANDA, CENTRO
EMPRESARIAL MIRANDA, PISO 1, OFC. 1, LOS
RUICES, CARACAS.
TEL/FAX. (58212) 239-1989;

FAX. (58212) 239-4474
E-Mail: asoaicar@cantv.net

VENEZUELAN CHAMBER OF FRANCHISERS
AVE. LIBERTADOR, TORRE EXA, PISO 1, OFC. 114-115, EL ROSAL, CARACAS
TEL/FAX. (58212)750-0015 / 750-0016
E-MAIL: franquicias@cantv.net

ASOCIACION DE FABRICANTES DE PRODUCTOS QUIMICOS AGROPECUARIOS (AGROCHEMICAL MANUFACTURERS ASSOCIATION)
AV. SAN FRANCISCO, TORRE CALIFORNIA, PISO 10, OFC. E, COLINAS DE LA CALIFORNIA, CARACAS.
TEL. (58212) 256-1284 / 258-1072;
FAX. (58212) 256-0836
E-MAIL: afaquima@cantv.net

ASOCIACION VENEZOLANA DE FABRICANTES DE ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA ANIMALES (ANIMAL FEED MANUFACTURERS ASSOCIATION)
EDF. 3-H, PISO 4, BOULEVARD DE SABANA GRANDE, CARACAS.
TEL. (58212) 762-0528; TEL/FAX. (58212) 762-2389
E-MAIL: afaca@ifxnw.com.ve
WEB: http://www.afaca.com

CAMARA VENEZOLANA DE INDUSTRIAS LACTEAS (DAIRY INDUSTRY CHAMBER)
AVE. EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4, OFC. D, EL BOSQUE, CARACAS.
TEL.(58212) 731-0251 / 730-5442
FAX. (58212) 731-1671
E-MAIL: cavilac@cantv.net

CONFEDERACION NACIONAL DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS (FEDEAGRO) (NATIONAL FEDERATION OF FARMERS)
AVE. LA INDUSTRIA, EDF. CASA DE ITALIA, P.B., SAN BERNARDINO, CARACAS.
TEL. (58212) 571-4035 / 576-9637 / 577-9486
FAX. (58212) 573-4423
E-MAIL: jmgonzalez@fedeagro.org
E.MAIL :briceno@cantv.net
WEB.: http://www.fedeagro.org

CAMARA VENEZOLANA DE COMERCIALIZADORES DE LEGUMINOSAS Y ESPECIAS
(VENEZUELAN PULSES AND SPICES ASSOCIATION)
AV. EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4, OFC. B-1, EL BOSQUE, CARACAS.
TEL.(58212) 731-2420
FAX.(58212) 731-2086
E-MAIL: cavedrepa@cantv.net
WEB: http://www.cavedrepa.com

Official Contacts

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y TIERRAS (MINISTRY OF AGRICULTURE AND LANDS)
SERVICIO AUTONOMO DE SANIDAD AGROPECUARIA

(AGRICULTURAL AUTONOMOUS HEALTH SERVICE)
AVE. LECUNA, TORRE ESTE, PISO 12,
PARQUE CENTRAL, CARACAS.
TEL. (58212) 509-0379
FAX (58212) 509-0376
E-MAIL: sasadir@hotmail.com

MINISTERIO DE SALUD Y DESARROLLO SOCIAL
(MINISTRY OF HEALTH AND SOCIAL DEVELOPMENT)
DIRECCIÓN DE HIGIENE DE LOS ALIMENTOS
CENTRO SIMON BOLIVAR, EDF. SUR, PISO 3,
EL SILENCIO, CARACAS.
TEL. (58212) 484-3066 / 483-1566 Ext. 1828
FAX. (58212) 483-8189
E-MAIL: fleal@msds.gov.ve

COVENIN/FONDO NORMAS
SERVICIO AUTONOMO DIRECCION DE
NORMALIZACION Y CERTIFICACION DE CALIDAD
(QUALITY CERTIFICATION SERVICE)
AVE. ANDRES BELLO, TORRE FONDO COMUN, PISO
12 AL 16
TEL. (58212) 575-2298 / 575-4111 / 576-5004
FAX. (58212) 578-1795 / 578- 0970
E-MAIL: mercadeo@fondonorma.org.ve
WEB: http://www.fondonorma.org.ve

CORPORACION DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS
AGRICOLAS (CASA)
(CORPORATION OF AGRICULTURAL SUPPLIES AND
SERVICES)
MAYOR. ILDEMARO VILLARROEL (DIRECTOR)
AVE. LECUNA, TORRE OESTE, PISO 36,
PARQUE CENTRAL, CARACAS
TEL. (58212) 509-0170 ; 576-7458
FAX. (58212) 577-2257
E-MAIL: corp_casa@cantv.net

Internet Link Sections

Information on the Venezuelan economy:

Econogerencia, C.A. http://www.rev.com.ve
Veneconomy http://www.veneconomy.com

Venezuelan Agencies:

Instituto Nacional de Estadisticas (INE) http://www.ine.gov.ve
(National Statistics Institute)

Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI)
http://www.conapri.org
National Council for Investment Promotion)

Camara Venezolana de la Industria Alimentos (CAVIDEA)
http://www.cavidea.org.ve
(Venezuelan Food Industry Association)

Asociacion Nacional de Supermercados y Afines (ANSA) http://www.ansa.com.ve
(National Supermarkets Association)

Camara Venezolana de Equipos Pesados y Agricolas (CAVEDREPA)
http://www.cavedrepa.com
(Agriculture Equipment Association)

Confederacion Nacional de Asociaciones de Productores Agropecuarios
(FEDEAGRO)
(National Federation of Farmers) http://www.fedeagro.org

Consejo Venezolano de la Carne (COVENCAR) http://www.gaceta-ganadera.com
(Venezuelan Meat Council)

Ministerio de la Produccion y el Comercio (MPC) http://www.mpc.gov.ve
(Ministry of Production and Trade)

Ministerio de Agricultura y Tierras (MAT) http://mac.gov.ve
(Ministry of Agriculture and Lands)

Ministerio de la Salud y Desarrollo Social (MSDS) http://www.msds.gov.ve
(Ministry of Health and Social Development)

Canadian Agencies

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) http://www.agr.gc.ca
Agriculture Canada (statistics) http://atn-riae.agr.ca/stats/data-e.htm
Canadian Food Inspection Agency (CFIA) http://www.cfia-acia.agr.ca
Canadian Commercial Corporation (CCC) http://www.ccc.ca
Export Development Canada (EDC) http://www.edc.ca
Canadian International Development Agency (CIDA) http://www.acdi-cida.gc.ca/inc
ExportSource http://exportsource.gc.ca
InfoExport http://infoexport.gc.ca
Strategis http://strategis.ic.gc.ca
Canadian Embassy - Caracas http://caracas.gc.ca

Canadian Embassy Commercial Section

Is this site for you? | Our Commitment
Our Market Reports and our Services Abroad by Industry, by Country
Link to Other Services

Last Updated:
2003/11/03

Top of Page

Important Notices

Août 2003

Agroalimentaire - Aperçu du marché - Venezuela

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Rapport préparé par la Section commerciale de l'Ambassade du Canada
Ave. Francisco de Miranda con Ave. Sur, Altamira Caracas, Venezuela
Téléc. : 58 (212) 263-5349
Courriel : http://www.caracas.gc.ca
http://www.infoexport.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d' information primaires et secondaires. Il ne saurait garantir l'exactitude des renseignements que renferme ce document et il n' accorde pas forcément sa caution aux entités dont le nom y figure. Il appartient aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des données fournies.

Le marché en bref

Points saillants
Le Venezuela importe le gros de ses produits alimentaires, qu'il s'agisse d'aliments en vrac ou de produits transformés. Les produits alimentaires représentent un marché de quelque 3,7 milliards de dollars par année (prix du détail).

Au début de 2003, le gouvernement vénézuélien a mis en place des contrôles des prix au détail et du change. Ces derniers ont entraîné une importante réduction de certaines catégories d'importations alimentaires.

Dans le passé, le Canada a toujours occupé une place importante sur le marché vénézuélien des produits de base (blé, légumineuses et pommes de terre), mais une part restreinte du marché des produits transformés, lequel est riche en possibilités pour les produits alimentaires haut de gamme.

Débouchés
Le marché vénézuélien offre quantité de débouchés pour les produits agroalimentaires transformés et non transformés.

En cette très dure récession que traverse le pays, le gouvernement a assoupli sa politique en éliminant certaines restrictions à l'importation et en abaissant progressivement les droits de douane dans toutes les catégories de produits agroalimentaires.

Principaux acteurs
Les importateurs privés et les organismes commerciaux de l'État se livrent concurrence pour accroître leur part sur le marché des produits alimentaires de base par le biais des marchés saisonniers de l'état.

Clientèle

Au Venezuela, le réseau des magasins d'alimentation (ANSA) ressemble en tous points à ce qui existe sur la plupart des marchés développés qui dépendent à la fois de fournisseurs directs et indirects d'aliments importés. À l'heure actuelle, les autorités vénézuéliennes sont à importer directement des pays producteurs des quantités importantes de produits de base, par l'entremise de leurs agences qui veilleront à la distribution des produits dans les marchés publics.

Précisions utiles pour l'exportateur
Les entreprises canadiennes peuvent établir une présence sur cet important marché en sollicitant de l'information auprès des grandes associations sectorielles et associations de supermarchés.

Un agent ou partenaire local fiable facilitera grandement votre entrée sur ce marché, en ce que ce dernier veillera à vos intérêts et en fera la promotion.

Aperçu du marché

- Selon les prévisions, le Venezuela aura à composer avec une pénurie de produits agroalimentaires pendant presque toute la période 2003-2004 et cela, en raison de diverses politiques mises en place par les autorités, par exemple, le régime de contrôle des changes, les mesures de contrôle des prix sur certains produits de consommation, et la délivrance sélective de permis d'importation. La récession qui sévit au Venezuela mine considérablement la capacité du pays de fournir à sa population des produits agroalimentaires (frais ou transformés) locaux et importés avec le résultat que les habitudes alimentaires des Vénézuéliens ont radicalement changé.

- Pour toutes sortes de produits alimentaires (en vrac ou transformés), le Venezuela dépend des importations. D'après des statistiques récentes du ministère de la Production et du Commerce (MPC), les matières premières importées (qui comprennent les ingrédients et les emballage) et les produits finis permettent de combler près de 75 % des besoins alimentaires quotidiens de la population vénézuélienne. Les fournisseurs canadiens ont toujours occupé une place importante sur le marché vénézuélien des produits de base (blé, légumineuses et produits frais), mais une part restreinte du marché des produits transformés.

- À l'heure actuelle, le secteur agricole vénézuélien est aux prises avec diverses difficultés, parmi lesquelles : des politiques commerciales peu claires, risque associé au change et l'incertitude engendrée par les contrôles des prix; le manque de mesures de protection juridique des droits de propriété; la politisation des politiques économiques et le caractère oligopolistique du système agro-industriel.

- L'industrie agroalimentaire et le réseau de distribution ont été affaiblis par la réduction généralisée du pouvoir d'achat des consommateurs. Le gouvernement en place est plus préoccupé par des questions politiques et administratives (contrôles fiscaux et contrôles à l'importation) que par la mise en oeuvre de mesures propres à développer un secteur privé, et à l'intérieur de celui-ci une industrie agroalimentaires, fort et vigoureux.
- Les observateurs prévoient une importante contraction des importations et de la consommation alimentaire et cela, dans toutes les couches de la population et dans tout le pays. Les pénuries feront grimper l'inflation et créeront un marché noir pour certains produits. De nouveaux acteurs dans les secteurs du commerce et de l'importation apparaissent sur le marché et mettent en place de nouvelles façons de faire qui limiteront l'influence des acteurs traditionnels.

- Le Venezuela a toujours représenté un important marché pour les fournisseurs canadiens de produits agroalimentaires. En 2001, le pays était le deuxième importateur de produits alimentaires canadiens en Amérique latine (9,70 $CAN par habitant).

- Les autorités sanitaires vénézuéliennes ne sont pas actuellement délivrant de permis d'importation pour les produits canadiens que voici : pommes de

terre (de consommation); oignons; viande de porc et sous-produits du porc.

- Sous l'actuel gouvernement, le ministère de la Production et du Commerce (MPC) ainsi que le ministère de l'Agriculture et des Terres (MAT) se sont employés à développer et à améliorer la production dans certains secteur phares de l'économie, notamment les céréales (maïs et riz); les oléagineux (huile de palme africaine); les tubercules (yucca/manioc) et les légumineuses (quinchoncho). Les agriculteurs et éleveurs vénézuéliens ont subi les contrecoups de la variation des conditions climatiques (sécheresse ou inondations); d'un manque d'aide technique; d'un manque de ressources financières et de l'insécurité dans les zones limitrophes de la Colombie (causé par le risque d'invasion et d'enlèvements). L'industrie agroalimentaire de même que le réseau de distribution ont été affaiblis par la réduction généralisée du pouvoir d'achat des consommateurs.

Exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers le Venezuela
(millions $CAN)

Produit	1999	2000	2001	2002
Blé dur	67,5	79,5	97	81,2
Blé (n.s.a.)	92,7	97,8	111,5	96
Pommes de terre	14,6	15,9	9,7	2,5
Légumineuses	15,8	15,5	18,4	14,4
Autres	18,8	14,7	17	15,7
Total	209,4	223,4	253,6	209,8
Variation %	4,6	6,7	13,6	-17,3

Source : AAC.

Ventes de machines et d'équipements agricoles, et de pièces de rechange au Venezuela (décembre 2001)
(millions $CAN)

Machines et équipements	256
Pièces de rechange	142
TOTAL	398

Source : Cavedrepa.

Statistiques relatives au marché vénézuélien (juin 2001)

Population	24,2 millions d'habitants
Nombre de ménages	4,6 millions
Nombre de magasins d'alimentation	40,177
Nombre de ménages par magasin	115

Source : OCEI.

Structure socio-économique et pouvoir d'achat

Catégorie de revenu	Pourcentage	Pouvoir d'áchat
Éleve	3,5 %	40,0%
Moyennement éleve	4,8%	24,0 %
Moyennement faible	6,8%	16,0%
Faible	40,8%	12,0%
Très faible	44,1%	8,0%
TOTAL	100,0%	100,0%

Source : CECA.

Répartition des ventes dans les magasins d'alimentation, selon le genre de magasin

Description	Nombre détablissements	Part des ventes
Hypermarchés et chaînes de supermarchés	225	37,0%
Supermarchés indépendants	1025	50,0%
Magasins d'alimentation de taille moyenne	7007	8,0%
Petits magasins d'alimentation	31920	5,0%
TOTAL	40177	100,0%
Grands grossistes en alimentation	85	

Source : Datos C.A.

Nombre de magasins, selon la catégorie

Catégorie	Nombre
Hypermarchés et libre-service de gros	25
Chaînes de supermarchés	200
Supermarchés indépendants	1025
Magasins de cosmétiques	1334
Pharmacies	4856
Épiceries	38927
Boulangeries-pâtisseries	4892
Kiosques	9430
Magasins d'alcools	7787
TOTAL	68476

Source : Datos C.A.

Ventes de produits alimentaires, selon la catégorie d'établissement

Catégorie d'etablissement	Ventes (millions $ U.S)	Pourcentage des ventes
Hypermarchés et libre service de gros	444	12,0%
Chaînes de supermarchés	740	20,0%
Supermarchés indépendants	1073	29,0%
Épiceries	1036	28,8%
Boulangeries - pâtisseries	333	9,0%
Total	74	2,0%
TOTAL	3700	100,0%

Source : datos, C.A.

Débouchés

- Compte tenu des difficultés existant dans le secteur agroalimentaire vénézuélien et de l'insuffisance de la production locale, on comprendra aisément que les débouchés se trouvent dans les produits de base, et cela pour l'ensemble de la population, mais plus spécialement pour les Vénézuéliens ayant un faible pouvoir d'achat (92 % de la population) ainsi que dans certains produits transformés, pour les consommateurs ayant un pouvoir d'achat moyen à élevé, lesquels exigent des produits alimentaires haut de gamme pour répondre à leurs goûts raffinés. Les consommateurs savent que certains produits locaux ne peuvent rivaliser, par leur prix ou leur qualité, avec les produits importés. Toutefois, les importateurs doivent se dire que les consommateurs vénézuéliens ont pris l'habitude des arbitrages entre la qualité et le prix des produits alimentaires qu'ils achètent.

- À l'heure actuelle, il existe des occasions, quoique limitées, dans les aliments de base ainsi que dans de nombreux produits agroalimentaires transformés et non transformés, le gouvernement ayant assoupli sa politique en éliminant certaines restrictions à l'importation et en abaissant progressivement les droits de douane dans toutes les catégories de produits agroalimentaires pour faciliter l'importation de produits alimentaires et répondre à la demande élevée dans la population à faible revenu.

- La liste qui suit fait voir certaines catégories de produits offrant des possibilités intéressantes :

    1. Produits laitiers (fromage, beurre, lait transformés, lait en poudre, etc.
    2. Produits carnés, réfrigérés, congelés ou en conserve (boeuf, poulet, volaille, jambon, saucisses, pâtés, etc.).
    3. Produits du poisson, en conserve, congelés, réfrigérés, salés (sardines, thon, morue, autres produits de la mer).
    4. Friandises salées et confiserie (chocolats, bonbons, friandises au maïs et au blé, craquelins, biscuits, noix, etc.).
    5. Légumes frais, congelés et en conserve (pommes de terre, haricots, carottes, salades, champignons, maïs sucré, etc.).
    6. Céréales, légumineuses et haricots secs/graines.
    7. Boissons en boîte ou en bouteille (boissons gazeuses, boissons énergisantes, jus, eaux minérales).
    8. Autres produits alimentaires (miel, épices, marinades, produits à tartiner, sirops, sauces, soupes, etc.).
    9. Nourriture pour animaux de ferme et animaux domestiques.
    10. Équipements et machines agricoles, équipements et machines pour la production alimentaire.

- Les produits alimentaires haut de gamme canadiens sont perçus comme des produits prestigieux par les Vénézuéliens. De plus, l'influence

européenne et américaine que l'on reconnaît dans les produits canadiens peut constituer un important avantage pour ces derniers au Venezuela. Les entreprises canadiennes désireuses de s'implanter sur ce marché doivent concentrer leurs efforts sur leurs produits haut de gamme, puisque ces derniers auront à soutenir la concurrence des produits alimentaires haut de gamme, produits localement ou importés de l'étranger.

- Les exportateurs de produits alimentaires (produits de base et aliments transformés) trouveront des débouchés auprès d'entreprises privées expérimentées, jouissant d'un bon financement et ayant une structure de marketing à la fois solide et souple, de même qu'auprès des nouveaux organismes gouvernementaux qui ont des responsabilités commerciales accrues dans le secteur de l'alimentation. Les uns et les autres vont devoir s'adapter au nouveau climat concurrentiel dans lequel le prix sera un facteur déterminant dans la décision d'achat des consommateurs.

- Les importateurs/distributeurs locaux doivent acquérir les compétences voulues pour établir et maintenir des relations aux plus hauts niveaux de l'administration pour avoir accès à des devises, ainsi qu'à des permis et licences d'importation.

- Les consommateurs riches et sophistiqués (8 % de la population) continueront de réclamer certains aliments fins (dont l'importation est limitée) et de produits haut de gamme coûteux qui peuvent être acheminés sur le marché par des circuits clandestins.

- Les accords commerciaux régionaux (par exemple, la Communauté andine et l'Association latino-américaine d'intégration, ALADI), favoriseront la croissance des importations en provenance des pays voisins (la Colombie est le deuxième partenaire commercial du Venezuela).

- Le ministère de l'Agriculture et des Terres (MAT), le ministère de la Production et du Commerce (MPC) de même que le ministère de la Science et des technologies (MCT) et l'Institut national de recherche agricole (INIA) sont à solliciter des projets d'innovation agricole pour améliorer et développer les productions suivantes : bovins; céréales; cacao; poisson et aquaculture; légumes; volailles; fruits; légumineuses; yucca; café; porcs; huile de palme; pommes de terre; sucre de canne et soja. Ces projets créeront des débouchés pour les machines et les équipements agricoles, les systèmes d'irrigation et les équipements forestiers, bien que, dans certains cas, le financement puisse être limité.

- La plupart des importateurs de produits alimentaires choisissent des fournisseurs établis, situés sur la Côte Est des États-Unis; ces derniers tendent à être plus rapides et fiables que les autres et peuvent livrer, dans un seul et même conteneur, des produits de différentes qualité et en différentes quantités.

- En 2001, les exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers le Venezuela représentaient 35 % des exportations canadiennes totales vers ce marché et 9,2 % des importations vénézuéliennes totales de produits alimentaires. Dans le secteur agroalimentaire, les principaux partenaires du Venezuela sont les États-Unis, la Colombie, l'Union européenne et le Canada.

Principaux acteurs

- Au Venezuela, le marché de l'alimentation au détail se compose des établissements que voici : épiceries-boulangeries, petites épiceries, épiceries de taille moyenne, supermarchés indépendants, chaînes de supermarchés, grossistes et importateurs-distributeurs. En général, les épiceries ont une superficie de 50 mètres carrés et les supermarchés, de quelque 1 000 mètres carrés. Les organismes gouvernementaux fournissent des denrées de base à la population par le biais des marchés publics (qui sont très populaires) et par des grossistes, qui font appel aux ressources de l'administration et des forces armées.

- Les principaux importateurs vénézuéliens de produits haut de gamme font affaire avec des courtiers en alimentation établis en Floride (Miami), lesquels leur fournissent en grande quantité des produits importés de qualité supérieure.

- Étant donné l'importance qu'en sont venues à occuper les cuisines américaine et européenne dans les couches supérieures de la société vénézuélienne, les importateurs et distributeurs locaux ont forgé des attaches aux États-Unis, au Canada, en Colombie, en Italie, en Espagne, au Portugal, en Grande-Bretagne, au Danemark, en Hollande, au Chili, etc.

- Le marché vénézuélien offre un bon potentiel pour les producteurs canadiens de produits à forte valeur ajoutée. Pour exploiter au mieux les possibilités offertes, les exportateurs canadiens et les courtiers en alimentation ont intérêt à cibler le marché des aliments fins de même que les hôtels et les restaurants.

Précisions utiles pour l'exportateur

Bien que les entreprises agroalimentaires vénézuéliennes ne demandent pas mieux que de faire des affaires avec des fournisseurs canadiens, ces derniers demeurent quelque peu craintifs compte tenu de la récession et des événements politiques qui ont marqué ces derniers temps. Voici quelques facteurs qui peuvent faire obstacle à l'entrée des aliments transformés canadiens sur le marché vénézuélien :

1. Régime de contrôle des changes.
2. Contrôle des prix sur certains produits.
3. Inflation élevée et devise faible.
4. Insuffisance de facilités de paiement (de crédit).
5. Lacunes des réseaux d'importation-distribution.
6. Produits canadiens non représentés dans les stocks des courtiers en alimentation de Miami.
7. Manque de connaissance chez les Vénézuéliens des produits canadiens et de la qualité de ces derniers, des marques et des entreprises canadiennes, des distributeurs, des courtiers canadiens, etc.
8. Absence de correspondance directe entre les ports et aéroports canadiens et vénézuéliens.
9. Système compliqué d'inscription des importations et de délivrance des licences d'importation.
10. Médiocrité, en région rurale, des installations d'entreposage et de distribution des produits congelés.
11. Taxe à la valeur ajoutée (TVA) de 16,5 % sur un grand nombre de produits et de services. La taxe est prélevée sur la production, la distribution et la consommation, quel que soit le pays d'origine.
12. Les marges des entreprises locales sont parfois excessives.

- Un agent ou un partenaire local, qui veillera et fera la promotion de vos intérêts, peut faciliter grandement votre entrée sur ce marché. Ce dernier est très bien placé pour vous familiariser avec les usages et coutumes du milieu des affaires et de l'administration vénézuélienne, de vous renseigner sur les caractéristiques du marché et de vous informer sur les exigences juridiques, financières et commerciales à respecter. Le genre de partenaire dont peut avoir besoin d'une entreprise canadienne varie, mais en général les fournisseurs de produits agroalimentaires ont besoin d'un agent, représentant ou partenaire local qu'ils auront choisi en se fondant sur des critères semblables à ceux au Canada.

- Certains aspects du cadre réglementaire vénézuélien continuent de freiner les exportations canadiennes, en particulier les permis d'importation et les droits à l'importation qui continuent de constituer l'outil privilégié pour limiter l'entrée de produits étrangers au pays. C'est à l'importateur qu'il revient de voir à se conformer à toutes les exigences en matière d'importation et à remplir tous les documents requis. Cela dit, les exportateurs canadiens doivent comprendre le processus et la réglementation pour éviter les retards coûteux qu'entraîneraient leur non respect.

- Les entreprises canadiennes sont encouragées à entrer sur ce grand marché et à communiquer avec les principales associations agroalimentaires pour obtenir des renseignements et prendre connaissance des occasions s'offrant à elles. Les entreprises désireuses d'établir une présence au Venezuela doivent savoir qu'elles doivent nouer d'étroites relations d'affaires avec les Vénézuéliens, le marché de l'alimentation devenant sans cesse plus compétitif et sophistiqué. Les relations interpersonnelles et la confiance sont deux éléments importants qu'il faut cultiver en faisant de séjours fréquents au pays ou en invitant des acheteurs à séjourner au Canada. La connaissance de l'espagnol est un atout, mais elle n'est pas nécessaire, beaucoup de Vénézuéliens parlant l'anglais. Pour ce qui est de la documentation commerciale, l'anglais est acceptable dans les cas où vous ne disposeriez pas d'une version espagnole. Au Venezuela, la connaissance du français est limitée.

- Les entreprises canadiennes doivent savoir que depuis la fin janvier 2003, le gouvernement vénézuélien a mis en place un régime de contrôle des devises. Ce régime limite l'accès aux devises étrangères. Certaines entreprises locales contournent le régime en utilisant des fonds de placement à l'étranger. Compte tenu de la situation, nous recommandons aux entreprises canadiennes de vérifier si les acheteurs ont accès aux fonds nécessaires pour les payer. L'ambassade du Canada a préparé un avis sur cette question, sur son site Web, à la rubrique Venezuela, à l'adresse : http://www.infoexport.gc.ca

Contacts dans le secteur agroalimentaire

CAMARA DE COMERCIO VENEZOLANO-CANADIENSE
(CHAMBRE DE COMMERCE VENEZUELA-CANADA)
AV. PRINCIPAL DEL BOSQUE, TORRE
CREDICARD,
PISO 15, OFC. 151, LE BOSQUE, CARACAS.
Tél.. : (58212) 954-1106
Téléc. : (58212) 954-0046
Courriel : daniellabalzan@cancham.com.ve
Site Web : http://www.cancham.com.ve

CAMARA VENEZOLANA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS
(ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE)
CENTRO EMPRESARIAL LOS RUICES, PISO 5,
OFICINA 510, AV. DIEGO CISNEROS, CARACAS.
Tél. :(58212)239-9818
Téléc. : (58212)238-3268/234-2226
Courriel : camara_alimentos@cavidea.org
Site Web : http://www.cavidea.org.ve

ASOCIACION NACIONAL DE SUPERMERCADOS Y AFINES
(ASSOCIATION NATIONALE DES SUPERMARCHÉS)
AVE. DIEGO CISNEROS, EDF. CENTRO
EMPRESARIAL LOS RUICES, PISO 1, OFC. 116,
LOS RUICES, CARACAS.
Tél. : (58212) 237-1092 / 235-7558
Téléc. : (58212) 238-0308
Courriel : ansa@uole.com.ve
Site Web : http://www.ansa.com.ve

CAMARA VENEZOLANA DE EQUIPOS PESADOS Y AGRICOLAS
(ASSOCIATION DES ÉQUIPEMENTS AGRICOLES)
AV. EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4,
OFC. B-1, EL BOSQUE, CARACAS.
Tél. :(58212) 731-2420
Téléc. :(58212) 731-2086
Cell. : (58416) 633-8260
Courriel : cavedrepa@cantv.net

Site Web : http://www.cavedrepa.com

ASOTRIGO
(ASSOCIATION DES MEUNIERS DE BLÉ)
CALLE EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4, OFC. 4-A, EL BOSQUE, CARACAS
Tél. : (58212) 731-0217
Téléc. : (58212) 731-0457
Courriel : asotrigo@hotmail.com

FEDERACION VENEZOLANA DE PORCICULTURA
(FEPORCINA)
(ASSOCIATION DES ÉLEVEURS DE PORC DU VENEZUELA)
AV. LA INDUSTRIA, CASA DE ITALIA, PISO 6, OFC.15, SAN BERNARDINO,CARACAS.
Tél./téléc. : (58212) 571-1965 / 571-4643;
Courriel : feporcina@reacciun.ve

FEDERACION NACIONAL DE AVICULTURA DE VENEZUELA
(ASSOCIATION DE LA VOLAILLE DU VENEZUELA)
AVE. INDEPENDENCIA Y COROMOTO, EDF. OMNI, P.H. BELLO CAMPO, CARACAS.
Tél. : (58212) 267-9975 / 267-9831 / 263-8861
Téléc. : (58212) 266-9101

ASOCIACION VENEZOLANA DE CRIADORES DE GANADO CEBU (ASOCEBU)
(ASSOCIATION VÉNÉZUÉLIENNE DES ZÉBUS)
EDF. CENTRO ANDRES BELLO, TORRE ESTE, PISO 12, OFC. 123-124, AVE. ANDRES BELLO, CARACAS.
Tél. : (58212) 781-8550
Téléc. : (58212) 781-8475
Courriel : asocebu@telcel.net.ve

FEDERACION NACIONAL DE GANADEROS
(FÉDÉRATION NATIONALE DES ÉLEVEURS BOVINS)
AVE. URDANETA, CENTRO FINANCIERO LATINO, PISO 18, OFC. 18-2, LA CANDELARIA, CARACAS.
Tél. : (58212) 563-2153; 563-2453
Téléc. : (58212) 564-7273

ASOCIACION DE INDUSTRIALES DE LA CARNE
(ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE VIANDE)
AVE. FRANCISCO DE MIRANDA, CENTRO EMPRESARIAL MIRANDA, PISO 1, OFC. 1, LOS RUICES, CARACAS.
TÉL./téléc. : (58212) 239-1989;
Téléc. : (58212) 239-4474
Courriel : asoaicar@cantv.net

VENEZUELAN CHAMBER OF FRANCHISERS
(CHAMBRE DES FRANCHISEURS DU VENEZUELA)
AVE. LIBERTADOR, TORRE EXA, PISO 1, OFC. 114-115, EL ROSAL, CARACAS
Tél./téléc. : (58212)750-0015 / 750-0016
Courriel : franquicias@cantv.net

ASOCIACION DE FABRICANTES DE PRODUCTOS QUIMICOS AGROPECUARIOS
(ASSOCIATION DES PRODUCTEURS AGROCHIMIQUES)
AV. SAN FRANCISCO, TORRE CALIFORNIA, PISO 10, OFC. E, COLINAS DE LA CALIFORNIA, CARACAS.

Tél. : (58212) 256-1284 / 258-1072;
Téléc. : (58212) 256-0836
Courriel : afaquima@cantv.net

ASOCIACION VENEZOLANA DE FABRICANTES DE ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA ANIMALES (ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE NOURRITURE POUR ANIMAUX)
EDF. 3-H, PISO 4, BOULEVARD DE SABANA GRANDE, CARACAS.
Tél. : (58212) 762-0528; TEL/Téléc. : (58212) 762-2389
Courriel : afaca@ifxnw.com.ve
Site Web : http://www.afaca.com

CAMARA VENEZOLANA DE INDUSTRIAS LACTEAS (ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE)
AVE. EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4, OFC. D, EL BOSQUE, CARACAS.
Tél. :(58212) 731-0251 / 730-5442
Téléc. : (58212) 731-1671
Courriel : cavilac@cantv.net

CONFEDERACION NACIONAL DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS (FEDEAGRO) (FÉDÉRATION NATIONALE DES AGRICULTEURS)
AVE. LA INDUSTRIA, EDF. CASA DE ITALIA, P.B., SAN BERNARDINO, CARACAS.
Tél. : (58212) 571-4035 / 576-9637 / 577-9486
Téléc. : (58212) 573-4423
Courriel : jmgonzalez@fedeagro.org / briceno@cantv.net
Site Web : http://www.fedeagro.org

CAMARA VENEZOLANA DE COMERCIALIZADORES DE LEGUMINOSAS Y ESPECIAS (ASSOCIATION VÉNÉZUÉLIENNE DES LÉGUMINEUSES ET DES ÉPICES)
AV. EL EMPALME, EDF. FEDECAMARAS, PISO 4, OFC. B-1, EL BOSQUE, CARACAS.
Tél. :(58212) 731-2420
Téléc. :(58212) 731-2086
Courriel : cavedrepa@cantv.net
Site Web : http://www.cavedrepa.com

Contacts dans l'administration

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y TIERRAS (MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DES TERRES) SERVICIO AUTONOMO DE SANIDAD AGROPECUARIA (SERVICE AUTONOME DE LA SANTÉ AGRICOLE)
AVE. LECUNA, TORRE ESTE, PISO 12, PARQUE CENTRAL, CARACAS.
Tél. : (58212) 509-0379
Téléc. : (58212) 509-0376
Courriel : sasadir@hotmail.com

MINISTERIO DE SALUD Y DESARROLLO SOCIAL (MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL) DIRECCIÓN DE HIGIENE DE LOS ALIMENTOS
CENTRO SIMON BOLIVAR, EDF. SUR, PISO 3, EL SILENCIO, CARACAS.
Tél. : (58212) 484-3066 / 483-1566 Ext. 1828
Téléc. : (58212) 483-8189
Courriel : fleal@msds.gov.ve

COVENIN/FONDO NORMAS
SERVICIO AUTONOMO DIRECCION DE
NORMALIZACION Y CERTIFICACION DE CALIDAD
(SERVICE D'ATTESTATION DE LA QUALITÉ)
AVE. ANDRES BELLO, TORRE FONDO COMUN, PISO
12 AL 16
Tél. : (58212) 575-2298 / 575-4111 / 576-5004
Téléc. : (58212) 578-1795 / 578- 0970
Courriel : mercadeo@fondonorma.org.ve
Site Web : http://www.fondonorma.org.ve

CORPORACION DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS
AGRICOLAS (CASA)
(CORPORATION DES FOURNITURES ET SERVICES AGRICOLES)
MAYOR. ILDEMARO VILLARROEL (DIRECTOR)
AVE. LECUNA, TORRE OESTE, PISO 36,
PARQUE CENTRAL, CARACAS
Tél. : (58212) 509-0170 ; 576-7458
Téléc. : (58212) 577-2257
Courriel : corp_casa@cantv.net

Références

Information sur l'économie vénézuélienne :

Econogerencia, C.A. http://www.rev.com.ve
Veneconomy http://www.veneconomy.com

Organismes vénézuéliens :

Instituto Nacional de Estadisticas (INE) http://www.ine.gov.ve
(Institut national de la statistique)

Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI)
http://www.conapri.org
(Conseil national pour la promotion de l'investissement)

Camara Venezolana de la Industria Alimentos (CAVIDEA)
http://www.cavidea.org.ve
(Association de l'industrie alimentaire vénézuélienne)

Asociacion Nacional de Supermercados y Afines (ANSA) http://www.ansa.com.ve
(Association nationale des supermarchés)

Camara Venezolana de Equipos Pesados y Agricolas (CAVEDREPA)
http://www.cavedrepa.com

(Association des équipements agricoles)

Confederacion Nacional de Asociaciones de Productores Agropecuarios
(FEDEAGRO)
Fédération nationale des agriculteurs) http://www.fedeagro.org

Consejo Venezolano de la Carne (COVENCAR) http://www.gaceta-ganadera.com

(Conseil vénézuélien de la viande)

Ministerio de la Produccion y el Comercio (MPC) http://www.mpc.gov.ve

(Ministère de la Production et du Commerce)

Ministerio de Agricultura y Tierras (MAT) http://mac.gov.ve
(Ministère de l'Agriculture et des Terres)

Ministerio de la Salud y Desarrollo Social (MSDS) http://www.msds.gov.ve
(Ministère de la Santé et du Développement social)

Organismes canadiens :

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) : http://www.agr.gc.ca
Agriculture Canada (statistiques) : http://atn-riae.agr.ca/stats/data-e.htm
Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) : http://www.cfia-acia.agr.ca
Corporation commerciale canadienne (CCC) : http://www.ccc.ca
Export et développement Canada (EDC) : http://www.edc.ca
Agence canadienne de développement international (ACDI) : http://www.acdi-cida.gc.ca/inc
ExportSource : http://exportsource.gc.ca
InfoExport : http://infoexport.gc.ca
Strategis : http://strategis.ic.gc.ca
Ambassade du Canada à Caracas : http://caracas.gc.ca

Ambassade du Canada - Section Commerciale, Caracas

Ce site est-il pour vous? | Notre engagement
Nos études de marché et nos services personnalisés à l'étranger par industries, par pays
Liens aux autres services

Dernière mise à jour: 2003/12/18 Haut de page Avis importants